

<b>Intitulé du projet</b>	<b>DEFI 2010</b>
Organisme porteur du projet :	<b>TURING CONSULTING EURL</b>
Et adresse :	<b>43 Carraire des Lecques 83270 ST Cyr sur Mer</b>
Nom et prénom du représentant	<b>Ludovic LAI</b>
Du porteur du projet :	<b>Bernard LAI</b>
Email : <b>berqlai@gmail.com</b>	téléphone : <b>04 94 26 62 00 / 06 73 89 76 65</b>

### **Descriptif synthétique du projet :**

Le secteur des Détaillants de la Droguerie, Équipement du Foyer, Bazar, Arts de la Table, Cadeaux n'échappe évidemment pas aux nombreuses difficultés qui affectent les commerces de proximité. Mais comment passer d'un diagnostic consensuel, vers des propositions économiquement viables qui concilient la pleine indépendance des acteurs petits et grands avec les principes d'organisation préconisés qui se nomment regroupement, modernisation et adaptation ?

L'étude sectorielle approfondie, conduite par Turing Consulting, a permis de dégager une douzaine de facteurs clés négatifs dont les plus importants sont l'isolement du Détaillant, la multitude des produits et des gammes, leur hétérogénéité car issus de toutes les filières industrielles, et l'absence d'acteurs dominants capables de donner de l'élan à cet ensemble polymorphe.

Les recherches de solution qui s'ensuivent, vont finalement induire une solution mutualisée inédite.

DEFI 2010 est une plate-forme Internet d'échanges des données entre Fournisseurs (fabricants, grossistes ou importateurs) et Détaillants donc pour tous les acteurs de la filière. Sa vocation est de permettre à partir d'un guichet unique sous forme d'un Entrepôt Général des Catalogues Fournisseurs:

- la simplification des communications des Fournisseurs vers leurs Clients,
- la simplification des processus d' Approvisionnements des Détaillants vers leurs fournisseurs respectifs,
- l'intégration des données commerciales inter-organisationnelles dans le système de gestion propre à chacun (synchronisation des données).

A cette plate-forme s'ajoute une Caisse Enregistreuse Locale pour Détaillant qui prendra en charge ses applications « magasin » en coordination avec le système central.

La plate-forme, comme tous les systèmes EDI dont elle s'inspire, est par nature un outil neutre à l'égard de ses participants. Ces services seront mis à disposition des utilisateurs, sous la forme d'un service locatif, externe, accessible quel que soit le lieu ou l'heure (7/7 24h/24).

### **Le caractère innovant de la bonne pratique :**

DEFI 2010 est une innovation de processus totalement inédite pour des TPE qui marque une rupture avec les solutions informatiques antérieures fondées sur l'analyse des besoins de l'entreprise, considérée comme un tout. DEFI se situe aux antipodes car il intègre les besoins individuels dans leur cadre relationnel global de la commercialisation des produits de la filière de l'amont vers l'aval. DEFI 2010 est aux solutions antérieures ce qu'un nouveau tramway est à la voiture individuelle! Rappelons que d'autres secteurs tels la pharmacie ou la librairie se sont déjà dotés d'outils qui présentent des similitudes avec DEFI, mais de nombreuses différences sectorielles subsistent, notamment une plus grande complexité, et ne permettent pas de copier leurs choix et solutions.

## **Le caractère reproductible de la bonne pratique et son intérêt pour le commerce de proximité :**

Par essence, la solution DEFI 2010 est une solution reproductible puisque, dès sa conception, elle est ouverte à la totalité des Détaillants, quels que soient leur taille, leurs fournisseurs,... A contrario, la solution mutualisée n'exclut pas une totale individualisation de chacun à l'intérieur de la plate-forme. Cette « granularité » maximale fait partie intégrante des choix initiaux des auteurs de la solution.

## **L'inscription de la bonne pratique dans un projet global de développement du commerce de proximité :**

DEFI 2010 a pour ambition d'atteindre 3 objectifs indissociables, une véritable [R]-Évolution:

- permettre à chaque Détaillant indépendant d'obtenir:
- des gains de productivité logistique analogues à ceux des autres formes de groupement.
- un accroissement de son chiffre d'affaires grâce à un dialogue plus riche avec les Consommateurs.

Cet objectif individuel est un effet direct de l'utilisation des Nouvelles Technologies,

- permettre aux commerçants indépendants de proximité de constituer, avec la coopération de leurs fournisseurs, un véritable canal de distribution moderne, capable de rivaliser, par un accroissement des savoirs et savoir-faire et une réduction des coûts de commercialisation, avec les autres types d'organisation franchises, groupements d'achat, ... Cet objectif collectif de structuration en un réseau symbiotique « Libres Ensemble » est un effet induit de la mise en réseau.
- être accessible à tous les acteurs fournisseurs ou détaillants, quel que soit leur taille, notamment au commerce de proximité de tous les villages de France (effet PARTAGE MUTUEL).

Comme tous les processus Internet, l'efficacité va s'accroître avec le nombre d'acteurs servis. La population totale visée est de plusieurs dizaines de milliers de commerce indépendants de proximité et en amont plusieurs milliers d'entreprises industrielles de toutes tailles sans oublier les grossistes et les importateurs.

## **Le calendrier de réalisation et les principales étapes de la bonne pratique :**

1er Semestre 2010 : mise en ligne du 1er prototype / poursuite du développement du logiciel / tests

recherche/recrutement -avec FFDB- des détaillants-pionniers  
contacts / démonstrations aux Fournisseurs

3ème Trimestre 2010 mise au point du système

chargement des premiers catalogues fournisseurs / contrôle des fonctionnalités

4ème Trimestre 2010 : Formation des Détaillants et démarrage opérationnel progressif des pionniers

## **Les résultats obtenus, les indicateurs de performance, l'évaluation, les perspectives de développement :**

Les indicateurs de performance principaux, en dehors des indicateurs de service du système, mesureront le taux de couverture du service (en nombre et en valeur) chez les Fournisseurs ou les Détaillants, au niveau individuel et au niveau agrégat régional/national.

DEFI 2010 fournira, dès le départ, un catalogue électronique tourné vers le Consommateur mais c'est le 2ème volet « DEFI+ » qui développera les solutions orientées vers le Consommateur telles que le site web du commerçant, l'animation magasin, la PLV, les flyers... C'est tout l'ensemble du Métier de Détaillant de la Droguerie qui sera alors couvert. Les outils génériques du commerçant tels comptabilité, paie, finances, et droit restent, naturellement, en dehors du champs DEFI.

De plus, la solution DEFI parce qu'elle couvre un champs déjà très large peut naturellement, de proche en proche, être étendue à de nombreux secteurs du commerce de proximité.

Avec le soutien actif de la FFDB ( Fédération française des détaillants en droguerie, équipement du foyer, bazar, arts de la table et cadeaux), DEFI 2010 propose, à tous les acteurs de la filière, des partenariats gagnant gagnant où modernité rime avec proximité et totale indépendance. DEFI est également un véritable outil de stratégie collective pour dynamiser le commerce de proximité, un outil incontournable pour structurer le canal alternatif du commerce de proximité du 21e siècle.